

Presidente de ANP, Eduardo Sepúlveda:

"Grandes plataformas tecnológicas han provocado un efecto económico en la industria de la prensa"

CÉSAR SOTTOVIA

La demanda de Copesa contra Google ha levantado el debate entre los medios de comunicación, expertos del área y también a nivel de gremios. Hace unos días el conglomerado dueño de La Tercera, entre otros medios que controla, presentó una acción legal ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) donde acusa a Google de abusar de su posición quasi-monopolica en los mercados de búsqueda y publicidad asociada a búsquedas, capturando ingresos de los medios de prensa digitales.

Eugenio Chahuan, gerente general del conglomerado periodístico perteneciente a Álvaro Saieh, manifestó, sobre esta acción, "que nosotros sentimos que hay aquí una posición bien abusiva y los medios lo han vivido en los últimos 15 años, se han precarizado los negocios (...). Sentimos que era un tema necesario (la demanda); es decir, en los últimos años

- Crece debate por el uso de contenidos de medios de comunicación por parte de empresas digitales, tras demanda de Copesa contra Google.

incluso los cambios de algoritmo de Google también venían golpeando. Si ya entregaste los temas de monetización y ahora te golpean el tráfico, entonces básicamente, cuando ya estaban apostando a la inteligencia artificial era como decir 'ya, ni siquiera importa la fuente', sentíamos que ya era momento de defenderse un poco con una mirada más de industria. Acá hay una convicción de que los medios, para poder seguir haciendo y ejerciendo

el derecho a la libre expresión, necesitan ciertas garantías para poder desenvolverse económicamente y que hoy no están".

Agregó que no presentaron la demanda esperando que se sumen otros medios, "pero sí hemos tenido una muy buena re-

cepción, porque más allá de los medios locales es lo que se ha generado en Latinoamérica. Hemos tenido algunas llamadas desde Brasil y otros lugares (...). Despertó un poco esta realidad que están viviendo los medios en Latinoamérica, pero en ningún caso nos hemos propuesto tomar un rol unificador o conductor".

Consultada por esta demanda, en Google respondieron: "Aún no hemos sido debidamente notificados, por lo que no haremos comentarios hasta tener todos los antecedentes del caso".

Impacto económico

Eduardo Sepúlveda, presidente de la Asociación Nacional de la Prensa (ANP), indicó que la demanda presentada por Copesa en contra de Google va en línea con acciones similares interpuestas por medios de comunicación en



El TDLC resolvió que, por intermedio de la Corte Suprema, se exhorta a la autoridad competente de Estados Unidos para que notifique de la demanda a Sundar Pichai, director ejecutivo de Google.

distintas partes del mundo.

"Una de las más recientes es la que inició The New York Times contra OpenAI y Microsoft. Otros medios como USA Today o Politico iniciaron acciones contra el propio Google en el pasado. En Europa, 32 grupos editoriales acusaron a Google de tener un comportamiento contrario a la libre competencia y pidieron una indemnización de más de dos millones de euros. En Canadá y Australia ya hay resultados concretos al respecto". Agregó que a "estas alturas no hay dudas de que las grandes plataformas tecnológicas han provocado un efecto económico en la industria de la prensa, lo que ha resultado en la pauperización del ejercicio del periodismo".

A su juicio, esto es muy grave y pone en riesgo la sobrevivencia de "una actividad centenaria que es esencial para la democracia y para una sana vida en común de los integrantes de la sociedad. Una sentencia favorable a la demanda de Copesa sentaría un precedente para la industria, como ha ocurrido, y seguirá ocurriendo, en otros países".

Captura de ingresos

Cristóbal Benavides, decano de la Facultad de Comunicación de la Universidad de los Andes, manifestó que del total aproximado de poco más de US\$ 1.000 millones de inversión publicitaria en el país, más de la mitad se destina a inversión digital. De esta última porción, que representa unos US\$ 500 millones, cerca de un 70% se lo llevan Google y Meta (matriz de Facebook, WhatsApp e Instagram), siendo Google el que capta la mayor parte de esa inversión, con una cifra cercana al 60%.

Explicó que un tema complejo en esta demanda será qué se pueda probar que existe la conducta de la que es acusada la firma tecnológica.

Y si bien en algunos casos Google ha establecido acuerdos comerciales con medios de prensa a nivel internacional, como resultado de negociaciones posteriores a demandas, Benavides recordó que en otras ocasiones estas firmas también han reaccionado en el sentido inverso. "Lo que ha hecho Google en otros países es reaccionar, diciendo a las demandantes 'no muestres tu información, te saco'. De hecho, la semana pasada Meta anunció que no iba a renovar los acuerdos con los editores de noticias de Australia y Estados Unidos, siendo excluidos en la difusión (...); todos los enlaces los saca, eliminando la pestaña dedicada a las noticias".

INGRESOS

Las plataformas capturan gran parte de los US\$ 500 millones en inversión publicitaria del ambiente digital.